

# CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

#PillolediParità



## CONSIGLIERI REGIONALI DI PARITA'

- Consigliera di parità della **Regione Friuli Venezia Giulia**, Anna Limpido (promotrice)
- Consigliere di parità della **Provincia Autonoma di Trento**, Matteo Borzaga
- Consigliera di parità della **Provincia Autonoma di Bolzano**, Michela Morandini
- Consigliera di parità della **Regione Veneto**, Sandra Miotto

## CONSIGLIERI PROVINCIALI DI PARITA'

- Consigliera di parità della **Provincia di Belluno**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Padova**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Rovigo**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Treviso**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Venezia**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Verona**;
- Consigliera di parità della **Provincia di Vicenza**;
- Consigliera di parità dell'**Area Vasta Goriziana**;
- Consigliera di parità dell'**Area Vasta Udinese**;
- Consigliera di parità dell'**Area Vasta Triestina**;
- Consigliera di parità dell'**Area Vasta Pordenonese**.

Con la partecipazione dell'**Assessore all'Istruzione, Formazione, Lavoro, Pari Opportunità della Regione Veneto, Elena Donazzan**, e dell'**Assessore al Lavoro, Formazione, Istruzione, Ricerca, Università e Famiglia della Regione Friuli Venezia Giulia, Alessia Rosolen**.

## **15 CONSIGLIERE DI PARITA' – ASSE TRIVENETO**

Produzione Campagna: Produttore Davide Del Degan (vincitore tra l'altro del Globo d'Oro 2021), Producer Antonella Perrucci, Direttore Creativo Alessandro Biamonti.

Testimonial: l'attrice Anita Kravos (attrice del film premio Oscar "La grande Bellezza" di Paolo Sorrentino) e l'influencer Clara Nanut

Patrocini: Ministero del Lavoro, Consigliera Nazionale, Regione Fvg, Regione Veneto, Commissione Pari Opportunità Fvg.

La Campagna di sensibilizzazione "Pillole di Parità" nasce dalla condivisione tra tutti i Consiglieri di parità dell'Asse Triveneto della necessità di parlare di parità di genere in modo innovativo non più solo per "denunciare" le evidenti disparità ma per incoraggiare

alla parità mediante un linguaggio visivo inclusivo che porti alla riflessione di quanto dalla parità abbiamo tutti da guadagnarci o, all'opposto, tutti da perderci.

È nuova anche la modalità della comunicazione, attraverso piattaforme come i social e i media finalizzate a raggiungere non più un pubblico mirato (come fatto finora con convegni mirati) ma generalizzato e vario per genere, età e formazione.

“PillolediParità” si articola in 5 immagini iconografiche rivisitate (che ripercorrono questi ambiti lavorativi: l'arte, la politica, la scienza, la letteratura e lo sport), corredate da dati e slogan, che catturano l'attenzione mediante il **gioco del paradosso** (personaggi iconografici maschili col viso da donna): un'idea geniale intuata da uno staff di professionisti dell'immagine già molto noti nell'ambito della comunicazione regionale e nazionale.



La Campagna è stata lanciata il 5 marzo a Trieste per tutte le radio e media del Triveneto con una conferenza stampa alla quale sono intervenuti, oltre i nomi già indicati sopra, anche la Sottosegretaria di Stato Tiziana Nisini. Sempre dal 5 marzo, e fino alla fine di luglio, via social (Facebook e Instagram) sarà quotidianamente diffusa mediante le pagine pubbliche chiamate, appunto, “pillole di parità”.

Seguirà la donazione dei diritti delle immagini ad associazioni di donne in difficoltà che potranno commercializzarne, mediante gadget, facendo proprio il tam tam avviato dalla Campagna sui media, sui social e anche mediante t-shirt indossate dalle Consigliere di Parità e tutti gli aderenti.